



Künstlerkanal gestalten

Dein offizieller Künstlerkanal ist deine Hauptbühne auf YouTube – ein Ort für dich und deine Musik, deine Marke, deine Fans und alle, die es vielleicht noch werden.

Eine Präsenz aufbauen

Jeden Monat sehen sich mehr als 2 Milliarden angemeldete Personen Musikvideos auf YouTube an. Du kannst mit deinem Kanal also ein riesiges Publikum erreichen – und die Beziehung zu deinen Fans stärken.

> 2 Mrd.
angemeldete Personen
pro Monat sehen sich
Musikvideos an

Wozu ein offizieller Künstlerkanal?

Auf deinem offiziellen Künstlerkanal werden deine Musikvideos auf YouTube und alle deine **Abonnentinnen und Abonnenten** **zusammengeführt**. Den Kanal verwaltest du entweder selbst, oder dein Label bzw. dein Management übernimmt das für dich. Offizielle Künstlerkanäle sind am **Notensymbol** neben dem Kanalnamen zu erkennen und werden aus vorhandenen YouTube-Kanälen erstellt.

Du hast noch keinen offiziellen Künstlerkanal? [Hier erfährst du, wie du einen beantragen kannst.](#)

Deinen Kanal anpassen

SCHRITT FÜR SCHRITT

1. Melde dich in YouTube Studio an.
2. Klicke im Menü links auf „Anpassen“.
3. Hier siehst du diese drei Tabs:
 - Allgemeine Informationen
 - Branding
 - Layout

Auf den nächsten Seiten erfährst du, was auf den einzelnen Tabs zu beachten ist.

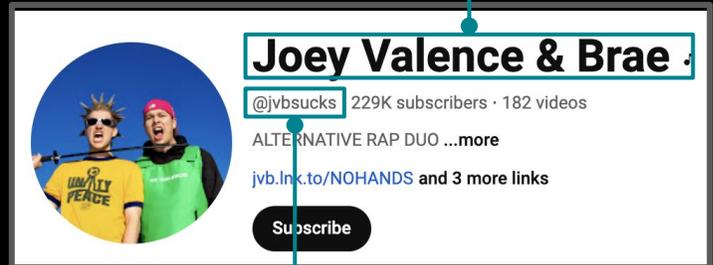




Allgemeine Informationen

Kanalname

Mit einem passenden Namen finden deine Fans deinen offiziellen Künstlerkanal und deine offiziellen Videos leichter auf YouTube. **Am besten nimmst du deinen offiziellen Künstlernamen oder den Namen deiner Band.** Die Schreibweise des Namens inkl. Groß- und Kleinschreibung sowie Leerzeichen sollte mit der bei offiziellen Releases übereinstimmen. Zusätze wie „offiziell“, „TV“, „Kanal“, „YouTube“, „Musik“ oder „Productions“ lässt du besser weg.



Kanal-Alias

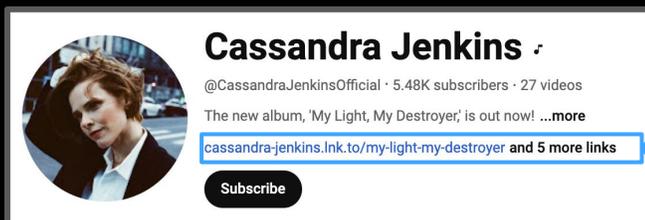
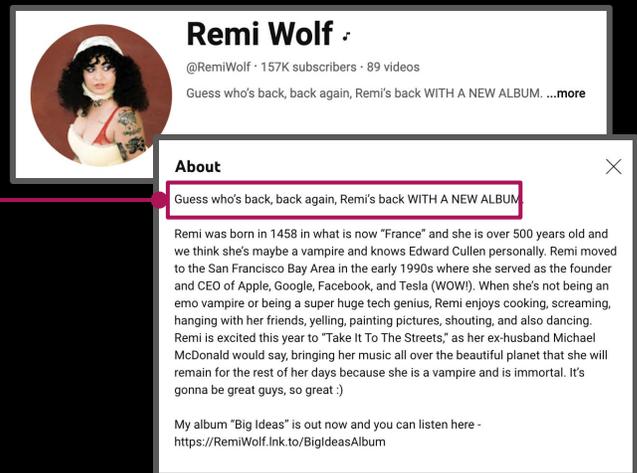
Ein Alias ist eine kurze, eindeutige Kanal-ID, die sich vom Kanalnamen unterscheidet. Während mit Kanalnamen meist nach Kanälen und Videos gesucht wird, eignen sich Aliasse für die gezielte Suche auf YouTube – vom Shorts-Feed bis hin zu einzelnen Kommentaren. [Hier erfährst du mehr zu Aliassen.](#)

Dein Alias sollte dem Namen deines Kanals möglichst ähnlich sein oder deinem Alias auf anderen Social-Media-Plattformen entsprechen. Wenn dein gewünschter Alias schon vergeben ist, kannst du deinen Namen nehmen und einen kurzen Satz oder ein kleines Wortspiel hinzufügen. Der Alias ändert nichts daran, wie deine Videos empfohlen werden. Wichtig ist nur, dass er zu dir passt.

Beschreibung

Im Bereich „Kanalinfo“ kannst du zusammenfassen, wer du bist und was du machst. Erzähl ein bisschen über dich und deine Musik und achte darauf, dass sich das Ganze nicht wie ein Wikipedia-Artikel liest.

- Die erste Zeile der Beschreibung ist die wichtigste, da sie auch in deinem Kanalheader zu sehen ist. An dieser prominenten Stelle kannst du aktuelle Releases promoten, neue Projekte anteaern oder andere wichtige Ankündigungen machen.
- Denk daran, diese Zeile aktuell zu halten, wenn es bei dir etwas Neues gibt.
- Deine Künstler-Bio erscheint möglicherweise nicht nur auf deinem YouTube-Kanal, sondern auch in der YouTube-Suche und bei YouTube Music.



Links

Auf dem Tab „Startseite“ deines Kanals kannst du bis zu 14 Links hinzufügen – die natürlich unseren [Richtlinien zu externen Links](#) entsprechen müssen. Der erste Link wird auf deinem offiziellen Künstlerkanal über der Schaltfläche zum Abonnieren angezeigt. Die anderen Links erscheinen nach einem Klick auf der Startseite deines Kanals und im Bereich „Kanalinfo“.

Viele Künstlerinnen und Künstler verlinken hier ihre offizielle Website, Linktrees oder andere Social-Media-Plattformen, auf denen sie unterwegs sind.

Branding

Banner

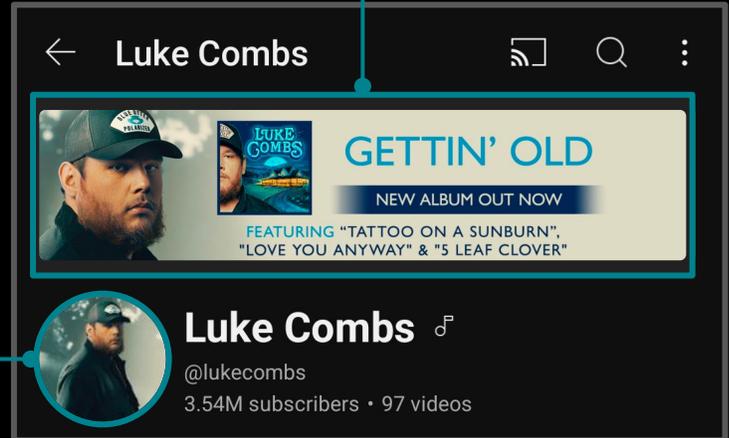
Das Banner ist das große Bild oben auf der Kanalseite (deshalb heißt es auch Kanalbild). Es ist nicht nur dazu da, gut auszusehen, sondern kann auch eine Funktion haben.

- Du kannst auf deinem Banner neue Releases anteaern, Tourdaten bekannt geben oder Merch präsentieren.
- Das Design des Banners sollte zum Kanalsymbol und zu deinen anderen Social-Media-Profilen passen, damit alles einheitlich und professionell wirkt.

Bild

Dein Profilbild – auch als Avatar oder Kanalsymbol bezeichnet – erscheint in Suchergebnissen und bei Kommentaren neben dem Namen deines Kanals. Mit diesem Bild zeigst du auf YouTube, wer du bist.

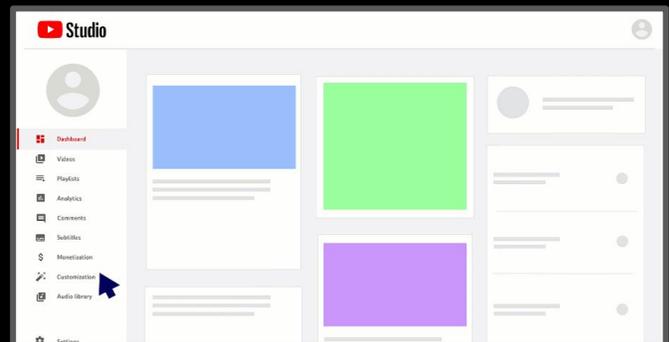
- Du solltest auf dem Bild gut zu erkennen sein. Verwende am besten dasselbe Bild wie auf anderen Social-Media-Plattformen. Das erhöht den Wiedererkennungswert für deine Fans.



Kanallayout

Kanalabschnitte

Mit Kanalabschnitten – auch „Bereiche“ genannt – kannst du das Layout deines offiziellen Künstlerkanals anpassen. Dabei legst du fest, welche Inhalte, Videos oder Playlists auf deiner Kanalseite direkt unter dem „angesagten Video“ erscheinen. Mit einem offiziellen Künstlerkanal hast du noch mehr Optionen beim Kanallayout.



Neben den **Standard-Kanalabschnitten** gibt es bei offiziellen Künstlerkanälen auch noch diese Tabs:

Veröffentlichungen

Der Bereich „Veröffentlichungen“ ist ein automatisch generierter Tab, der alle deine offiziellen Releases enthält. Hier finden deine Fans deine komplette Musik an einem Ort.

Videos, Shorts & Live

Die Tabs „Videos“, „Shorts“ und „Live“ werden automatisch mit den neuesten Inhalten in den jeweiligen Formaten von deinem offiziellen Künstlerkanal befüllt. Die Tabs erscheinen allerdings erst, wenn du Inhalte im entsprechenden Format hochgeladen hast.

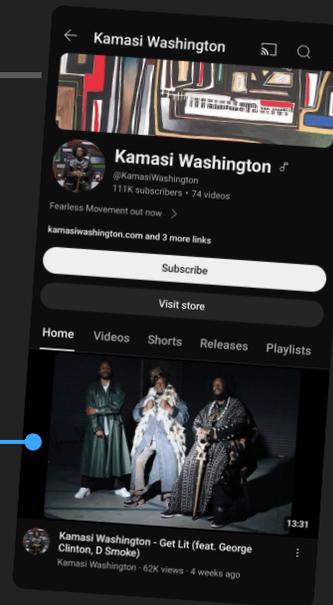
Standard-Kanalabschnitte

Auf der Startseite deines Kanals kannst du bis zu 12 individuelle Kanalabschnitte hinzufügen. In diesen Abschnitten werden oft bestimmte Playlists präsentiert. Du kannst sie aber auch nutzen, um Videos, Inhalte nur für Mitglieder, angesagte Kanäle, Empfehlungen oder einen „Für mich“-Abschnitt hervorzuheben.

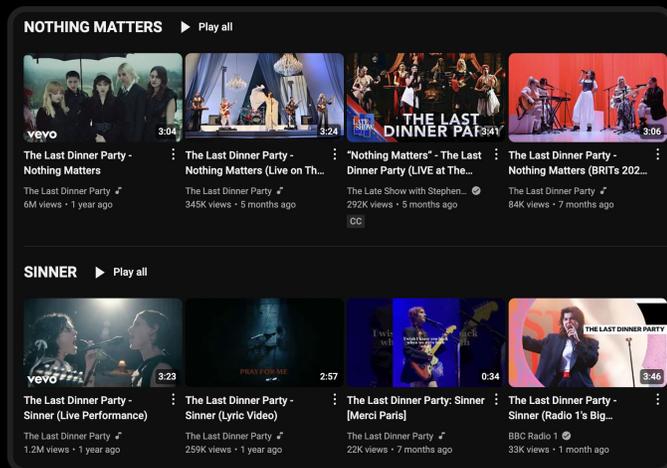
Videospotlight

Du kannst auswählen, welches Video oben auf deinem offiziellen Künstlerkanal erscheinen soll. Das muss nicht unbedingt ein Video sein, das du selbst hochgeladen hast.

- Dein Videospotlight sollte sich auf deine neuesten Releases beziehen.
- Für neue Besucherinnen und Besucher auf deinem Kanal und für wiederkehrende Fans mit Abo kannst du unterschiedliche Videospotlights festlegen.



Noch mehr Optionen



Die Rockband **The Last Dinner Party** präsentiert in Playlists Videos, die sich auf einzelne neu release Songs beziehen – darunter auch Uploads von anderen Kanälen. Zur besseren Sichtbarkeit werden diese Playlists als Kanalabschnitte angezeigt.

Playlists

Kaum etwas auf YouTube sorgt für so viele Musikwiedergaben wie Playlists. In ihnen wird Content zusammengestellt, organisiert und dadurch leichter zugänglich gemacht – was wiederum die Wiedergabezeit erhöht.

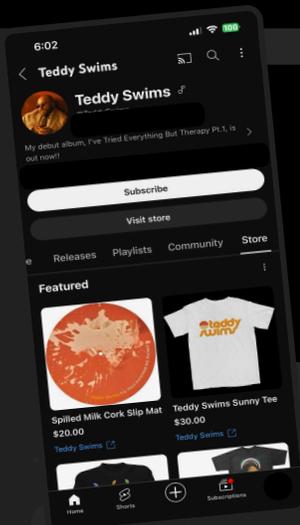
- Am besten organisierst du deine Inhalte in Playlists, die du immer auf dem aktuellen Stand hältst.
- Ideal sind spezifische Playlists für bestimmte Arten von Inhalten – zum Beispiel Interviews, Konzertmitschnitte, Album-spezifische Inhalte oder Original-Content von dir.
- Du kannst auch Playlists mit Videos von anderen Kanälen erstellen. Das können etwa Fan-Uploads, Liveauftritte oder Collabs sein.
- Wenn du deine Playlists in Videobeschreibungen verlinkst, werden sie noch leichter gefunden – und dein Publikum kann sich ganz einfach weitere Inhalte von dir ansehen.

Hier kannst du [deine Playlists verwalten](#):

YouTube Studio → Inhalte → Playlists

Shop

Mit YouTube Shopping können berechnigte Künstlerinnen und Künstler Produkte und Merch aus ihren eigenen Shops auf YouTube präsentieren. Wenn du deinen Shop mit deinem Kanal verknüpfst, kannst du auf YouTube den Tab „Shop“ nutzen, Produkte taggen und bei deinem Content Produktbereiche hinzufügen. Wie du deinen Shop mit deinem offiziellen Künstlerkanal verknüpfst, [erfährst du hier](#).



Rund um deine Videos

Titel und Thumbnails: die perfekte Verpackung für deine Videos

Videos sind ein zentraler Bestandteil deiner Präsenz auf YouTube. Mit optimierten Titeln und Thumbnails, die **dich und deine Musik authentisch darstellen, erhöhst du die Chancen, dass deine Videos angeklickt werden.** Titel und Thumbnails werden beim Upload eines Videos festgelegt und sind die wichtigsten Elemente, wenn es darum geht, Personen zum Anhören und Ansehen zu motivieren. Sie sind das Aushängeschild deiner Videos, das potenzielle Fans als Erstes sehen. Die folgenden Tipps beziehen sich nur auf Videos im Langformat. Bei Shorts sind andere Dinge zu beachten.

Titel

Überall dort, wo ein Video entdeckt werden kann, erscheint dessen Titel direkt unter dem Thumbnail. Der Titel sollte deshalb kurz und aussagekräftig sein. **Wichtig sind auch Suchbegriffe: Bei Musik wird meistens nach Künstlernamen und Songs gesucht, also sollten diese am Anfang stehen.** Wenn du zusätzlich Art oder Format des Contents angibst (z. B. „offizielles Musikvideo“), wissen deine Fans gleich, was sie erwartet.

Du solltest ein einheitliches System für deine Titel haben. Das gilt auch für Groß- und Kleinschreibung sowie Zeichensetzung. **Du musst dich beim Format nicht an Regeln halten, solltest aber darauf achten, dass der Stil zu deiner Marke passt und immer verwendet wird.**

Künstlername – Song (Format)

Offizielles Musikvideo
 Offizieller Audiotrack
 Visualizer
 Lyric-Video
 Hinter den Kulissen

Offizielles Musikvideo / Visualizer	Ansprechendes, hochwertiges Standbild
Offizieller Audiotrack	Albumcover
Lyric-Video	Wichtige oder bekannte Songzeilen
Hinter den Kulissen	Ungestellte Aufnahmen, ggf. mit sichtbarem Produktionsequipment

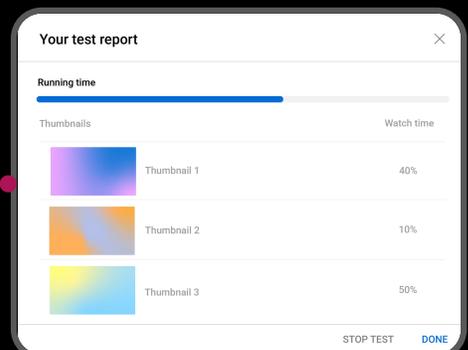
Thumbnails

Thumbnails sind kleine Werbetafeln für Videos. Ein ansprechendes Thumbnail kann zum Anklicken verleiten und weckt gleichzeitig Erwartungen. **Es sollte für deine Musik stehen und einen Blickfang enthalten. Die größte Wirkung erzielst du mit kontrastreichen und aussagekräftigen Bildern und einem aufgeräumten Design.**

TIPP: Die Klickrate in YouTube Analytics verrät, ob deine Thumbnails und Titel dazu führen, dass deine Videos angeklickt werden.

Hilfe bei der Auswahl des besten Thumbnails

Bei einem **Thumbnail-Test und -Vergleich** kannst du bis zu drei Thumbnails hochladen und testen, welches beim Publikum am besten ankommt. Um aufschlussreiche Ergebnisse zu erhalten, solltest du dein Thumbnail-Design erst einmal an ein paar vorhandenen Videos testen. Dann kannst du die gewonnenen Erkenntnisse bei neuen Videos anwenden.

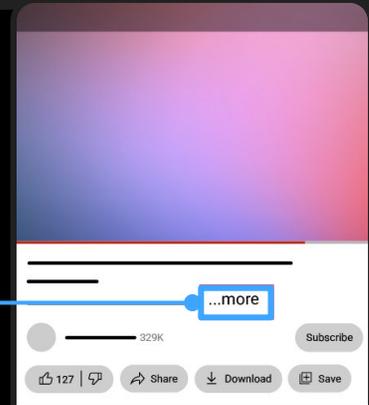


Beschreibungen

Beschreibungen zeigen dem Publikum und dem YouTube-Algorithmus, worum es im Video geht. Eine Beschreibung besteht aus zwei Teilen: Der erste ist auf der Wiedergabeseite direkt sichtbar, der zweite erscheint nach einem Klick auf „Mehr“.

Den ersten Teil nutzt du am besten für Calls-to-Action.

Im zweiten Teil kannst du den Videoinhalt zusammenfassen, den Songtext einfügen, Tourdaten nennen, Mitwirkende erwähnen oder Links zu deinen Social-Media-Profilen posten. Außerdem können über dem Videotitel bis zu drei Hashtags stehen, die wie Suchbegriffe funktionieren.



TIPP: Halte die Beschreibungen älterer, aber immer noch beliebter Videos mit Infos zu Neuveröffentlichungen, Tourdaten oder frischem Merch aktuell.

Empfehlungen statt Regeln

Diese Leitlinien und Tipps rund um Videos basieren darauf, was auf YouTube gut funktioniert. Es sind keine strengen Regeln oder gar Anforderungen. **Deine Videos und dein Kanal sind Teil deines künstlerischen Schaffens und sollten es vor allem authentisch widerspiegeln.**

Und wie machen es andere?

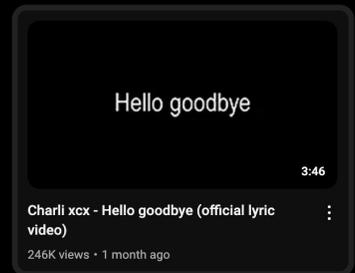


01 ZENTYARB

ZENTYARB setzt beim Thumbnail seines offiziellen Teasers ein Datum in die Mitte. So ist gleich zu erkennen, dass es sich um einen Sneak Peak handelt, während der anstehende Release geteasert wird.

02 Charli xcx

Charli setzt bei ihren Thumbnails und Titeln auf Einheitlichkeit. In Titeln zieht sie bei der Nennung des Videoformats Kleinschreibung als Stilmittel konsequent durch. Bei den Thumbnails für neuere Lyric-Videos verwendet Charli weiße Schrift auf schwarzem Hintergrund. Das simple, aber prägnante Design zieht die Aufmerksamkeit auf sich und passt auch optisch zu ihren Albumcovers.



03 Caroline Polachek

Gelungene Thumbnails verraten viel über ein Video und können den Titel fast schon überflüssig machen. Caroline Polachek schafft mit einem körnigen Bild in einem Kamerasucher einfach, aber effektiv einen Behind-the-Scenes-Look, der zum Videoformat passt und neugierig macht.

Du willst noch mehr?